

DINAMICA SEMANTICĂ A CONCEPTULUI DE CAPITAL INTELECTUAL

Asist. univ. drd. Ionela JIANU

Prof. univ. dr. dr. dr. h.c. Constantin BRĂȚIANU

Academia de Studii Economice din București

Abstract. *Intellectual capital is considered to be the most important source of wealth in the New Economy. Whether called intellectual capital, intangible assests, intangible resources, knowledge resources, it is increasingly getting more and more attention from both practitioners and researchers. For sound empirical approaches in this field, we first need to understand better what is meant by intellectual capital. This paper presents a complex analysis of the concept of intellectual capital.*

Key words: intellectual capital, intangible assets, knowledge, knowledge resources, knowledge assets.

1. Introducere

Atenția acordată conceptului de capital intelectual (CI) a apărut odată cu sesizarea diferențelor semnificative dintre valoarea de piață a unei companii și valoarea netă contabilă. Se pare că această sintagmă îi este atribuită economistului american John Kenneth Galbraith, în urmă cu aproximativ 30 de ani. Galbraith sugerează că acest concept înseamnă mai mult decât cunoștințe sau intelect pur, înseamnă acțiune. Astfel, capitalul intelectual reprezintă o modalitate de creare a valorii și o resursă în sensul tradițional (Roos et. al, 1997). Nu este de ajuns să avem într-o organizație oameni cu o capacitate intelectuală deosebită, dacă aceste resurse nu sunt folosite în mod adecvat în procesul de creare a valorii.

Mare parte din interesul crescut pentru acest domeniu se datorează probabil lui Thomas Stewart, care a utilizat pentru prima oară termenul de capital intelectual în articolul *Brainpower*, publicat în revista *Fortune*, în anul 1991. În acel an, Skandia l-a numit pe Leif Edvinsson director de capital intelectual, devenind primul manager din lume care ocupa o astfel de funcție într-o companie. După patru ani, Skandia deja publica primul raport asupra capitalului intelectual (Andriessen, 2004).

2. Delimitări conceptuale privind capitalul intelectual

În teoria economică clasică, *capitalul* este unul dintre cei trei factori de producție, pe lângă pământ și muncă. Se referă în special la clădiri, echipamente, utilaje etc., care sunt folosite la producerea altor bunuri (în literatura de specialitate se mai folosește și sintagma de *capital fizic*). Astfel, capitalul intelectual este un termen care se folosește pentru a semnaliza prezența unui altfel de capital, diferit de *capitalul fizic* și cel *financiar* (Peltoniemi, 2006).

Brătianu (2006a) consideră că extinderea semantică a unui concept fundamental, cum este cel de *capital*, poate fi mai dificilă decât definirea unui nou concept. Prin urmare, specialiști din diferite domenii (economic, management, contabilitate) au încercat definirea cât mai exactă a conceptului de capital intelectual. Există mai multe abordări cu privire la acest concept, arătând pe de o parte dificultatea de a defini ceva atât de „intangibil”, dar și importanța acestuia în economia și societatea cunoașterii. Cadrul conceptual al capitalului intelectual cuprinde trei direcții, care conduc către o imagine complexă asupra conceptului și, prin urmare, contribuie la o mai bună înțelegere a acestuia.

O primă direcție provine din sfera contabilității. Termenul folosit cel mai des de comunitatea contabilă este cel de *active intangibile*. Van den Berg (2002) consideră că sistemele contabil-financiare tradiționale și-au pierdut din abilitatea de a informa asupra valorii unei organizații, care este dată din ce în ce mai mult de activele intangibile. Lev (2002) estimează că în prezent 60-70% din valoarea unei companii este dată de activele intangibile (*apud* van den Berg, 2002). Mai mult decât atât, investițiile în active intangibile le depășesc considerabil pe cele în active tangibile, crescând și mai mult dificultatea de a estima cât mai corect valoarea unei companii. Totuși, chiar și persoane care susțin caracterul inadecvat al sistemelor contabile tradiționale se arată îngrijorate de introducerea unor elemente posibil subiective, de natură nonfinanciară în rapoartele anuale. Dacă ar fi o greșeală îmbinarea unor indicatori financiari cu indicatori nonfinanciari, o greșeală mult mai mare ar fi ignorarea acestora din urmă (Stewart, 1999). În majoritatea manualelor și articolelor de contabilitate apar multe situații (spre exemplu demisia unui manager) care, deși sunt recunoscute ca fiind importante, nu sunt ilustrate în documentele financiar-contabile tradiționale. Astfel de situații pot afecta serios o companie, însă sunt trecute cu vederea din punctul de vedere al raportării contabile. Mai mult decât atât, comunitatea contabilă întâmpină dificultăți cu privire la activele intangibile întrucât acestea complică lucrurile în ceea ce privește un concept contabil fundamental, și anume acela al independenței exercițiului, care presupune delimitarea riguroasă în timp a veniturilor și cheltuielilor aferente exercițiului financiar pentru care se face raportarea, indiferent de data încasării sumelor sau a efectuării plăților, cerință de bază a contabilității de angajament (Andriessen, 2003).

O a doua direcție o constituie găsirea unei metrici adecvate pentru capitalul intelectual. În acest sens au fost dezvoltate diferite modele de evaluare a capitalului intelectual (Andriessen, 2004).

Cea de-a treia direcție vine din sfera managementului strategic. Până în anii '80, literatura de specialitate în domeniul managementului strategic considera mediul extern al unei organizații de importanță majoră pentru înțelegerea avantajului competitiv. Se considera că resursele erau distribuite în mod omogen și erau destul de ușor accesibile de către companiile din aceeași industrie. Astfel, rolul managementului era să găsească modalități cât mai inteligente de combinare a produselor și piețelor, în funcție de puterea de negociere a furnizorilor și cumpărătorilor, de barierele de intrare, de puterea produselor de substituție (Roos și Roos, 1997). Conform unui studiu recent realizat de profesorul Michael Porter de la Universitatea Harvard, 19% din variația profitabilității unei companii se datorează efectelor din industria din care această companie face parte (Barringer and Ireland, 2006). Într-adevăr, apartenența la o anumită industrie are efecte asupra profitabilității unei companii. Totuși, factorii interni sunt cu mult mai importanți. De fapt, această nouă perspectivă internă (*resource-based view*) pune la îndoială perspectiva externă prezentată mai sus și sugerează că avantajul competitiv se datorează în primul rând diferențelor între resursele specifice fiecărei organizații. Mergând mai departe în această direcție, Barney (1986) a dezvoltat patru criterii pentru a decide care resurse pot conduce către un avantaj competitiv sustenabil:

- *criteriul creării de valoare pentru client* – în concepția lui Barney, a fi valoros înseamnă a fi capabil să exploatezi oportunitățile și să neutralizezi amenințările;
- *criteriul rarității* – o resursă trebuie să fie rară printre competitori pentru a putea contribui la stabilirea unui avantaj competitiv;
- *criteriul unicității* – dacă o resursă este foarte ușor substituibilă, atunci scade puterea acesteia de a contribui la obținerea unui avantaj competitiv;
- *criteriul costului de copiere* – imitarea perfectă conduce la pierderea capacității acelei resurse de a stabili un avantaj competitiv. Unul dintre elementele care duc la scăderea capacității de imitare din partea competitorilor este ambiguitatea cauzală, și anume incertitudinea referitoare la care resurse sunt responsabile pentru avantajul competitiv și în ce fel (Strand, 2006). De altfel, această ambiguitate este probabil principalul motiv pentru care demersurile empirice de a cuantifica legătura cauzală active intangibile (capital intelectual) - crearea de valoare adăugată sunt foarte dificile. Totuși, deși există un acord aproape unanim că, în peisajul economic modern, capitalul intelectual are o importanță semnificativă pentru obținerea avantajului competitiv și pentru capacitatea unei organizații de a crea valoare (Stewart, 1999; Sudarsanam et al., 2003; Peltoniemi, 2006), acest lanț cauzal nu a fost cuantificat (Sanchez et al., 2006).

Prin urmare, singurele resurse care par să treacă acest test „acid” al celor patru criterii mai sus menționate sunt activele intangibile (Roos și Roos, 1997). Dar și acestea trebuie să fie integrate cât mai bine pentru a conduce la o organizație inteligentă

(Brătianu, Vasilache și Jianu, 2006). Datorită diferitelor direcții de cercetare, pot apărea confuzii cu privire la utilizarea unor termeni: capital intelectual, active intangibile, active cunoștințe (*knowledge assets*). De cele mai multe ori, acești termeni sunt folosiți în mod interschimbabil, dacă autorul nu face o observație expresă în acest sens (Lev, 2000; Sudarsanam et al., 2003; Fazlagic, 2005; Sanchez et al. 2006), sau dacă rezultă un anumit context semantic din text (Roos și Roos, 1997; Kermally, 2002; Andriessen, 2003; van den Berg, 2002, Martin, 2004; Wall et al., 2004; Seetharaman et al., 2004; Brătianu, 2006a). Termenul de active intangibile se folosește în special în domeniul financiar-contabil, termenul de active cunoștințe în domeniul economiei, în timp ce termenul de capital intelectual, în special în management. În acord cu cea de-a doua direcție menționată mai sus, nu vom face distincție între capital intelectual și active intangibile, deși considerăm că primul termen exprimă cel mai bine conceptul.

3. Definiții

Foarte mulți autori au încercat să surprindă în câteva cuvinte esența conceptului de capital intelectual. Conform lui Stewart (1999, p.XI), capitalul intelectual este „*material intelectual – cunoștințe, informații, proprietate intelectuală, experiență – care pot fi folosite pentru a crea bogăție*”(p. XI). În aceeași direcție se încadrează și definițiile date de Hugh MacDonald: „*Cunoștințe care există într-o organizație și care pot fi folosite pentru a crea avantaj competitiv*” (Stewart, 1999, p. 67) și de Leif Edvinsson (Skandia) și Pat Sullivan: „*Cunoștințe care pot fi convertite în valoare*” (Sveiby, 2001). Este vorba de un potențial intelectual, constituit din cunoștințe în diferite forme, care are capacitatea de a se transforma în cadrul proceselor tehnologice și manageriale într-o serie de elemente operaționale, active, creatoare de valoare, care să fie integrate în produsele finale atât materiale, cât și imateriale ale unei companii (Brătianu, 2006).

Însă aceste definiții sunt destul de vagi pentru a fi de ajutor managerilor. David Klein și Laurence Prusak încearcă să surprindă o imagine mai pragmatică asupra capitalului intelectual. Ei consideră capitalul intelectual ca fiind „*material intelectual care a fost formalizat, capturat și utilizat pentru a produce un activ de valoare mai mare*” (Stewart, 1999, p. 67). Prin urmare, un inginer cu un mare potențial intelectual, dar care este izolat într-un birou, făcând lucruri de rutină, un raport pierdut pe biroul șefului sunt materiale intelectuale, dar nu sunt și capital intelectual, întrucât nu au fost utilizate. Totuși, este destul de complicat a stabili exact care resurse și în ce fel au contribuit la producerea unui activ de o valoare mai mare. Din acest motiv, performanțele operaționale ale acestei abordări sunt de asemenea destul de scăzute.

Din definițiile date până în acest moment de diferiți autori se pot deduce câteva caracteristici ale capitalului intelectual:

- este intangibil, deși unor elemente de capital intelectual li se poate asocia și o formă materială (ex: patente, mărci înregistrate);

- există o legătură strânsă între capital intelectual și cunoștințe în diferitele ei forme (Brătianu, 2006b);
- oferă oportunități pentru obținerea unor performanțe superioare în viitor.

Datorită importanței strategice a capitalului intelectual, se recurge frecvent la instituirea de responsabilități privind managementul acestora (spre exemplu, Chief Knowledge Officer, Director of Intellectual Capital etc.), iar statutul de angajat cu sarcini de concepție (*knowledge worker*) a devenit o prezență comună în organizațiile contemporane, depășind granițele sectorului cercetării (Dragomirescu, 2004). Mai mult decât atât, crearea unor astfel de funcții manageriale total noi demonstrează că în ceea ce privește capitalul intelectual, lumea afacerilor a luat-o înaintea teoreticienilor și cercetătorilor din mediul universitar (Brătianu, 2006a).

4. Componente ale capitalului intelectual

După cum se poate observa din definițiile de mai sus, este destul de complicat ca o definiție de câteva rânduri să surprindă esența conceptului de capital intelectual și să ofere o imagine completă atât din punct de vedere conceptual, cât și practic. Prin urmare, atât practicienii, cât și cercetătorii din domeniul CI preferă să folosească drept punct de plecare în demersurile lor diferite clasificări ale capitalului intelectual pe componente. Spre exemplu sunt destul de puține modele de măsurare/evaluare a capitalului intelectual care nu folosesc o astfel de clasificare (Este vorba în special de modele care nu au fost dezvoltate în mod expres în scopul evaluării capitalului intelectual. Însă, odată cu intensificarea preocupărilor pentru domeniul CI, ele au fost folosite și pentru acest scop).

Clasificarea cel mai des utilizată este cea care împarte capitalul intelectual în trei componente: capitalul uman, capitalul relațional (clienți) și capitalul structural. Stewart (1999) le atribuie această taxonomie lui Leif Edvinsson de la Skandia și lui Hubert Saint Onge. Această atribuire este, cel puțin parțial, greșită. Leif Edvinsson, conform schemei valorii de piață (*Market Value Scheme*) împarte capitalul intelectual în capital uman și capital structural, care la rândul său este format din capitalul clienți și capitalul organizațional, acesta din urmă fiind constituit la rândul său din capitalul inovațional și capitalul de procese. Deși pare bine structurată, această clasificare folosește grupuri de entități care nu sunt bine definite și nici nu sunt unice. Spre exemplu, capitalul structural conține capitalul organizațional, deși structura este parte dintr-o organizație, și nu invers (Brătianu, 2006a).

Astfel, din ce în ce mai mulți autori utilizează în demersurile lor empirice clasificarea capitalului intelectual în capital uman, capital structural (organizațional) și capital relațional (clienți). Aici trebuie să facem două remarci importante. Prima remarcă se referă la faptul că atunci când analizăm capitalul uman trebuie să avem în vedere nu numai cunoștințele, dar și modelele de gândire folosite în procesarea lor

(Brătianu, 2002). Cea de a doua remarcă se referă la faptul că în conținutul cunoștințelor se află și experiența directă a fiecărui angajat, sub formă de cunoștințe tacite (Brătianu, 2006b).

O clasificare asemănătoare este cea din modelul lui Sveiby, care clasifică activele intangibile în structura externă, structura internă și competențe individuale. Structura externă se referă la clienți, furnizori și alți stakeholderi care sunt considerați relevanți pentru o anumită companie. În funcție de tipul de organizație, structura externă va fi diferită de la o companie la alta. Structura internă se referă la sisteme, baze de date, procese care susțin organizația. Competențele individuale se referă la experiența individuală, la cunoștințele, competențele, abilitățile și ideile angajaților.

Punând în față diferite modele vom vedea că există termeni diferiți pentru același element (spre exemplu capital uman=competențe interne, capital structural=structura internă). Bontis (2001) este nemulțumit de situația ilustrată mai sus, considerând că principalul motiv îl constituie faza încă embrionară a domeniului. Mai mult decât atât, nimeni nu dorește să renunțe la modelele proprii și să construiască pe modelele și conceptele deja existente (apud Andriessen, 2004).

O scurtă prezentare a clasificărilor existente pentru capitalul intelectual este ilustrată în tabelul 1 (pentru anumite modele s-a păstrat denumirea din limba engleză, întrucât nu există pentru moment o traducere consacrată în limba română).

*Tabelul 1***Componente ale capitalului intelectual**

Model	Componente ale capitalului intelectual
Balanced Scorecard (Norton și Kaplan)	Capitalul intelectual nu este prezentat pe componente. Acest model sugerează să privim organizația din patru perspective: perspectiva învățării și creșterii, perspectiva proceselor interne, perspectiva clienți, perspectiva financiară, care se aseamănă în mare parte cu unele dintre clasificările pe componente ale capitalului intelectual dezvoltate ulterior.
Modelul Sveiby (Sveiby's Intangible Assets Monitor)	<ul style="list-style-type: none">• Structura externă• Structura internă• Competențe individuale
Modelul Skandia	<ul style="list-style-type: none">• Capital uman• Capital structural, care la rândul său este împărțit în capital clienți și capital organizațional, care este capitalul inovațional plus capitalul procese.
Modelul Roos et al (Intellectual Capital Index)	<ul style="list-style-type: none">• Capital uman (competențe, atitudine, agilitate intelectuală)• Capital structural (relațional, organizațional și inovațional/de dezvoltare)
The Technology Broker' IC Audit	<ul style="list-style-type: none">• Active de piață• Capital uman• Proprietate intelectuală• Capital infrastructural

Comunitatea CI a evoluat foarte mult în ultimii ani, iar accentul s-a mutat pe evaluarea/măsurarea CI, dezvoltarea unor declarații de evaluare a CI, managementul strategic al CI. Totuși, definirea cât mai riguroasă a conceptelor de bază este necesară pentru demersurile empirice ale cercetătorilor din domeniu, dar și pentru creșterea capacității de aplicare a rezultatelor cercetărilor în practică. În acest sens, suntem de acord cu viziunea lui Bontis, ilustrată mai sus. Există prea multe denumiri pentru aceleași elemente, iar acest lucru nu face decât să îngreuneze cercetările ulterioare. Unii cercetători au fost preocupați în special de elementele de formă, și mai puțin de cele de fond.

5. Declarații de evaluare a capitalului intelectual (*Intellectual Capital Statements*)

În ultimii ani, se acordă o importanță din ce în ce mai mare declarației de evaluare a capitalului intelectual (*Intellectual Capital Statement*), cu ajutorul căreia o organizație raportează și partea „nevăzută”, intangibilă a unei organizații. Aceste instrumente au diferiți indicatori, dar și anumite formate de prezentare. Cele mai cunoscute astfel de declarații sunt: *Declarația de evaluare a capitalului intelectual*, dezvoltată de Ministerul Științei, Tehnologiei și Inovării din Danemarca și *Raportul asupra capitalului intelectual*, dezvoltat în cadrul programului multinațional de cercetare din domeniul CI, MERITUM. Aceste două documente conțin, pe lângă modelele propriu-zise, și un set de recomandări asupra managementului și raportării capitalului intelectual.

Conform Ghidului pentru Declarația de evaluare a capitalului intelectual realizat de Ministerul danez pentru Știință, Tehnologie și Inovare (*Guidelines for Intellectual Capital Statement*), această declarație este o parte integrantă a managementului cunoașterii dintr-o organizație. Acest instrument managerial identifică strategia în ceea ce privește managementul cunoașterii, care include identificarea obiectivelor, inițiativelor și rezultatelor cu privire la dezvoltarea și aplicarea cunoștințelor dintr-o organizație. De asemenea, acest instrument este folosit pentru a comunica această strategie întregii organizații, dar și societății în sens larg.

Deși este o declarație asupra capitalului intelectual dintr-o organizație, se folosește foarte des termenul de resurse cunoștințe (knowledge resources), conceptul de capital intelectual sau resurse intangibile apărând foarte rar în tot conținutul documentului. Aceste resurse cunoștințe sunt clasificate în patru categorii, care corespund însă într-o mare măsură clasificărilor existente în cadrul diferitelor modele de evaluare a capitalului intelectual (*Intellectual Capital Statements- the New Guideline*, 2003):

- **angajații** – această componentă include competențele angajaților, experiența acestora, motivarea acestora, angajamentul față de companie, dorința de adaptare;

- **clienții** – această componentă se referă la relațiile pe care o organizație le dezvoltă cu utilizatorii și clienții, satisfacția și loialitatea acestora, recomandările pe care le fac despre organizație, capacitatea de înțelegere a nevoilor acestora, precum și gradul de cooperare dintre organizație și client în dezvoltarea produselor și proceselor;
- **procesele** – se referă la cunoștințele care există explicit sub forma unor proceduri și rutine organizaționale;
- **tehnologiile** – se referă la suportul tehnologic pentru celelalte elemente. Cuprinde în general sistemele IT (software și hardware) precum intranet, gradul de complexitate IT, competențe IT și gradul de utilizare.

Așa cum menționam mai devreme, termenii de capital intelectual, active intangibile, managementul capitalului intelectual sunt foarte rar folosiți în acest document. Se folosesc foarte des termeni ce încorporează termenul cunoștințe, cunoaștere (*knowledge*). Profesorul P. N. Bukh, care a fost implicat în dezvoltarea ambelor modele (modelul danez și modelul MERITUM) justifică alegerea unor anumiți termeni: „*intangibil este un cuvânt mai degrabă folosit în contabilitate, în timp ce managementul cunoașterii este mai aproape de conceptul de strategie și, prin urmare, este mult mai atractiv pentru organizații*” (Guimon, 2003).

6. Capitalul intelectual al organizațiilor publice

Deși, în ultimele decenii, managementul cunoștințelor și analiza capitalului intelectual apăreau în special în contextul companiilor private, există în prezent un interes crescut pentru organizațiile publice, precum universități și centre de cercetare. Acest lucru se datorează în special faptului ca universitățile au ca principale obiective producerea și transmiterea de cunoștințe și cele mai importante investiții ale acestora sunt în cercetare și resurse umane (Sanchez et al., 2006).

Interesul crescut pentru universități și ulterior pentru capitalul intelectual al acestora a apărut și ca urmare a diverselor strategii și rapoarte ale diferitelor organisme europene precum Comisia Europeană, în care universitățile sunt prezentate ca un element esențial în îndeplinirea obiectivelor pe termen mediu și lung ale Europei. În ceea ce privește Strategia Lisabona, spre exemplu, universitățile europene nu sunt pe deplin pregătite să-și aducă întreaga contribuție la îndeplinirea obiectivelor acesteia (Comisia Europeană, 2005). Fazlagic (2005) susține că universitățile europene sunt caracterizate de o rată de inovare scăzută, legături slabe cu mediul de afaceri și politici inadecvate în ceea ce privește resursa umană. Acesta consideră de asemenea că întărirea relațiilor mediul de afaceri-universități nu este posibilă fără introducerea unui limbaj comun. Și domeniul CI poate oferi acest limbaj comun, care va permite practicienilor și teoreticienilor să dezvolte relații benefice ambelor părți. Universitățile pot să beneficieze de experiența mult mai complexă în cazul companiilor private. De altfel, în modelele existente realizate pentru universități se regăsesc anumite elemente din

modele dezvoltate și implementate la companiile private (spre exemplu, clasificarea capitalului intelectual în capital uman, capital relațional și capital structural).

Deși apărute cu un decalaj de un deceniu față de preocupările pentru companiile private, demersurile pentru evaluarea capitalului intelectual al universităților și centrelor de cercetare sunt cu atât mai justificate, în condițiile în care cele mai importante resurse ale unei universități sunt cadrele didactice și studenții, cu relațiile dintre ei și procedurile organizaționale. Universitățile sunt producători și distribuitori de cunoaștere, încorporată în rezultatele cercetării, publicații și studenți pregătiți (Leitner, 2002; Jianu și Brătianu, 2006).

7. Concluzii

Interesul acordat conceptului de capital intelectual (CI) a apărut odată cu sesizarea diferențelor semnificative dintre valoarea de piață a unei companii și valoarea netă contabilă. Dezvoltarea conceptuală a acestui termen s-a realizat în trei direcții diferite. O primă direcție provine din sfera contabilității, unde termenul folosit cel mai des este cel de *active intangibile*. Din ce în ce mai mulți specialiști recunosc limitările raportărilor financiar-contabile tradiționale pentru companiile caracteristice noii economii, unde ponderea activelor intangibile depășește cu mult pe cea a activelor tangibile. Totuși, ei se arată îngrijorați de introducerea unor elemente posibil subiective, de natură nonfinanciară în rapoartele anuale. Prin urmare, se încearcă găsirea unor indicatori relevanți, dar care să fie cât mai precis și riguros definiți, caracteristici de bază ale profesiei contabile.

O a doua direcție o constituie găsirea unei metrice adecvate pentru capitalul intelectual. În acest sens au fost dezvoltate diferite modele de evaluare a capitalului intelectual. Cea de-a treia direcție vine din sfera managementului strategic. Până în anii '80, literatura de specialitate în domeniul managementului strategic considera mediul extern al unei organizații de importanță majoră pentru înțelegerea avantajului competitiv. Se considera că resursele erau distribuite în mod omogen și erau destul de ușor accesibile de către companiile din aceeași industrie. Astfel, rolul managementului era să găsească modalități cât mai inteligente de combinare a produselor și piețelor, în funcție de puterea de negociere a furnizorilor și cumpărătorilor, de barierele de intrare, de puterea produselor de substituție. Totuși, factorii interni sunt cu mult mai importanți. De fapt, această nouă perspectivă internă (*resource-based view*) sugerează că avantajul competitiv se datorează în primul rând diferențelor dintre resursele specifice fiecărei organizații. Activele intangibile par să fie singurele resurse care trec testul criteriilor de evaluare a resurselor care dau forță competitivă: criteriul creării de valoare pentru client, criteriul rarității, criteriul unicității, criteriul costului de copiere.

Datorită diferitelor direcții de cercetare, pot apărea confuzii cu privire la utilizarea unor termeni: capital intelectual, active intangibile, active cunoștințe (*knowledge assets*). De cele mai multe ori, acești termeni sunt folosiți în mod

interschimbabil, dacă autorul nu face o observație expresă în acest sens. Termenul de active intangibile se folosește în special în domeniul financiar contabil, termenul de active cunoștințe, în domeniul economiei, în timp ce termenul de capital intelectual, în special în management. În acord cu cea de-a doua direcție menționată mai sus, nu am făcut în prezentul articol distincție între termenii de capital intelectual și active intangibile, deși considerăm că primul termen exprimă cel mai bine conceptul.

Mulți autori au încercat să definească cât mai precis termenul de capital intelectual, însă acest lucru nu este deloc facil, datorită complexității termenului, dar și fazei încă embrionare a domeniului. Prin urmare, atât practicienii, cât și cercetătorii din domeniul CI preferă să folosească ca punct de plecare în demersurile lor diferite clasificări ale capitalului intelectual pe componente. Cel mai des utilizată este cea în care capitalul intelectual este constituit din capitalul uman, capital structural și capital relațional. Există și alte clasificări, însă de cele mai multe ori diferențele sunt mai mult de formă și mai puțin de fond.

Pentru a sublinia importanța strategică a acestor resurse, multe companii au constituit poziții manageriale precum director al capitalului intelectual sau Chief Knowledge Officer (CKO). Deși ideea managementului capitalului intelectual a apărut în contextul companiilor private, există în prezent un interes crescut pentru capitalul intelectual al organizațiilor publice, precum universități și centre de cercetare.

Bibliografie

- Andriessen, D. (2004). *Making Sense of Intellectual Capital – Designing a Method for the Valuation of Intangibles*. Amsterdam: Elsevier
- Andriessen, D. (2003). IC Valuation and Measurement- Why and How? *PMA IC Research Symposium*. Retrieved November 10, 2005 from http://www.weightlesswealth.com/Publications%20and%20downloads_files%5CPaper%20Andriessen%20PMA%202003.pdf
- Barney J. (1986). Types of Competition and the Theory of Strategy: Toward an Integrative Framework. *Academy of Management Review*. Vol. 11, No. 4. (Oct., 1986), pp. 791-800
- Barringer, B.R. and Ireland, R.D. (2006). *Entrepreneurship. Successfully launching new ventures*. Pearson: Upper Saddle River, New Jersey
- Berg van den, H. (2002). *Models of Intellectual Capital Valuation: A Comparative Evaluation. Knowledge Summit Doctoral Consortium 2002*. Descărcat de pe internet la data de 15 septembrie 2005 de la adresa <http://business.queensu.ca/knowledge/consortium2002/ModelsofICValuation.pdf>.
- Brătianu, C. (2006a). Un model de analiză a capitalului intelectual organizațional. *Management & Marketing*, 1(3), pp. 17-32
- Brătianu, C. (2006b). Knowledge welding. *Proceedings of the 1st South-East European Welding Congress*, pp. 5-15, May 24-26, Timișoara
- Brătianu, C. (2002). *Management strategic*. Ediția a 2-a. Craiova: Editura Universitaria

- Brătianu, C., Vasilache, S., Jianu, I. (2006). Organizational intelligence development. *Revista de Management și Inginerie Economică*, 5 (4), pp.11-25
- Comisia Europeană (2005). *Mobilising the Brainpower of Europe: Enabling Universities to make their full contribution to the Lisbon Strategy*. Descărcat de pe Internet la data de 25 august 2006, de la adresa ec.europa.eu/education/policies/2010/doc/comuniv2005_en.pdf
- Dragomirescu, H. (2004). *Riscuri asociate neutilizării activelor intangibile ca active economice strategice*. Descărcat la data de 10 ianuarie 2006, de la adresa www.icmpp.ro/institute/cap_dragomirescu.doc
- Fazlagic, A. (2005). Measuring the Intellectual Capital of a University. In: *Trends in the Management of Human Resources in Higher Education*. Descărcat de pe internet la data de 12 iunie 2006 de la adresa www.oecd.org/dataoecd/56/16/35322785.pdf
- Guimon J. (2003). *Recent European Models for Intellectual Capital Management and Reporting: A comparative study of the MERITUM and Danish Guidelines*. Descărcat de pe Internet la data de 12 iunie 2006, de la adresa www.iade.org/files/mcmaster2.doc
- Intellectual Capital Statements- the New Guideline* (2003), Danish Ministry of Science, Technology and Innovation
- Jianu, I., Brătianu, C. (2006). Intellectual capital evaluation for universities. *Proceedings of the International Conference on Knowledge Management*, pp.175-181, November 9-10, Bucharest
- Kermally S. (2002). *Effective Knowledge Management*. West Sussex: John Wiley&Sons, Ltd.
- Leitner K-H. (2002). *Intellectual Capital Reporting for Universities: Conceptual background and application within the reorganization of Austrian universities*. Descărcat de pe internet la data de 7 iulie 2006 de la adresa systemforschung.arcs.ac.at/Publikationen/11.pdf
- Lev, B. (2000). *Intangibles: Management, Measurement and Reporting*. Descărcat la 10 decembrie 2006 de la adresa: <http://www.baruch-lev.com>
- Martin, William John (2004). Demonstrating Knowledge Value: A Broader Perspective on Metrics. *Journal of Intellectual Capital* 5(1). pp. 71-99
- Peltoniemi M. (2006). *Diversity of the Intellectual Capital of Firms within an Industry*, eBRC Research Reports Tampere
- Roos, G., Roos, J. (1997). Measuring your Company's Intellectual Performance. Long Range Planning, *Special Issue on Intellectual Capital*, vol. 30, No.3, pp. 413-426
- Roos J., Roos G., Edvinsson L., Dragonetti N. (1997). *Intellectual Capital: Navigating in the New Business Landscape*, MacMillan, London
- Sanchez M.P., Elena S., Castrillo R., (2006), *Intellectual Capital Management and Reporting for Universities: Usefulness, Comparability and Diffusion*, descărcat la data de 25 august 2006, de la adresa www.ticnoricerca.ch/conference/full_pdf/sanchez_lugano.pdf
- Seetharaman, A., Lock Ten Low, K., Saravanan A. S., (2004). Comparative Justification on Intellectual Capital. *Journal of Intellectual Capital*, 5(4). pp. 522-539
- Sveiby, K.E. (2001). *Intellectual Capital and Knowledge Management*. Descărcat la 15 decembrie 2005 de la adresa : www.sveiby.com/articles/IntellectualCapital.html
- Stewart, T. (1999). *Intellectual Capital- The New Wealth of Organizations*. London: Nicholas Brealey Publishing House
- Strand, S. (2006). Patents as a source of Sustainable Competitive Advantage. Seminar in Business Strategy and International Business, Helsinki University of Technology.

Management & marketing

- Sudarsanam, S., Sorwar, G., Marr, B. (2003). Valuation of Intellectual Capital and Real Options Models. *PMA Intellectual Capital Symposium*. Retrieved December 13, 2005 from <http://www.realoptions.org/papers2004/SudarsanamIntellCap.pdf>
- Wall, A., Kirk, R., Martin, G. (2004). *Intellectual Capital – Measuring the Immeasurable?* Oxford: CIMA Publishing-Elsevier